

## **Richtlinien für die Förderung gemäß dem Presseförderungsgesetz 2004 (Beobachtungszeitraum 2007)**

Gemäß § 4 Abs.6 des Presseförderungsgesetzes 2004 (PresseFG 2004), BGBl. I Nr. 136/2003, veröffentlicht die KommAustria nach Einholung einer Empfehlung der gemäß § 4 PresseFG 2004 eingerichteten Kommission folgende Richtlinien für den **Beobachtungszeitraum 2007**. Diese Richtlinien unterliegen einer ständigen Überprüfung und Anpassung an die jeweiligen Erfordernisse und werden jährlich zu Beginn des für die Förderung relevanten Beobachtungszeitraums veröffentlicht.

**Der Förderungswerber anerkennt mit seinem Förderungsansuchen im Jahr 2008 die von der KommAustria für den Beobachtungszeitraum 2007 veröffentlichten Richtlinien.**

### **Allgemeines**

- 1.** Bei den Förderungen gemäß dem PresseFG 2004 handelt es sich um Geldzuwendungen privatrechtlicher Art, die der Bund in Ausübung der Privatwirtschaftsverwaltung (Art. 17 B-VG) gewährt. Ein dem Grunde oder der Höhe nach bestimmter subjektiver Rechtsanspruch auf Gewährung einer Förderung oder ein Kontrahierungszwang seitens des Bundes besteht daher gegenüber dem einzelnen Förderungswerber nicht.
- 2.** Die Zuteilung der Förderungsmittel obliegt der nach dem KommAustria-Gesetz, Art. I BGBl. I Nr. 32/2001, eingerichteten Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria). Vor Zuteilung der Mittel holt die KommAustria Gutachten der Presseförderungskommission darüber ein, ob die Voraussetzungen für die Förderung vorliegen.
- 3.** Förderungsansuchen sind innerhalb der ersten drei Monate, dh bis spätestens 31. März, eines Kalenderjahres bei der KommAustria einzubringen. Sie müssen daher spätestens am 31. März bei dieser Behörde eingelangt sein.
- 4.** Die im PresseFG 2004 vorgesehenen Zuwendungen werden für jenes Kalenderjahr gewährt, für das der Förderungswerber die für die Zuerkennung notwendigen Unterlagen und Nachweise beigebracht hat. Der für die Zuerkennung der Förderungsmittel maßgebliche Beobachtungszeitraum ist für die im PresseFG 2004 vorgesehenen Förderungen grundsätzlich das vorangegangene Kalenderjahr. Nur die Förderung von Forschungsprojekten gemäß § 11 Abs.3 PresseFG 2004 erfolgt im Vorhinein.
- 5.** Gemäß § 14 Abs.2 PresseFG 2004 erfolgt die Auszahlung der Förderungsbeträge in zwei gleich hohen Teilbeträgen. Der zweite Teilbetrag ist spätestens im November des jeweiligen Jahres zur Auszahlung zu bringen. Für den Fall, dass eine Tages- oder Wochenzeitung zum Zeitpunkt der Auszahlung eines Teilbetrages nicht mehr verlegt wird bzw. der Förderungswerber im Falle des § 10 Abs.2 sowie des § 11 Abs.2, 3 und 4 zu diesem Zeitpunkt rechtlich nicht mehr existent ist, erfolgt keine Auszahlung.

6. Für die Zuerkennung der Förderung hat der Förderungswerber vor dem Empfang der Förderung nachweislich durch Unterzeichnung eines von der KommAustria bereitgestellten Formulars die Erfüllung der sich aus dieser Richtlinie ergebenden Pflichten eines Förderungswerbers anzuerkennen und sein Einverständnis zu der dort vorgesehenen Datenverwendungserklärung abzugeben. Insbesondere haben die Verpflichtungserklärungen (Formulare) eine Festlegung über die Bedingungen zu enthalten, unter denen weitere Ansprüche aus zuerkannten Förderungen erlöschen bzw. bereits ausbezahlte Mittel zurückzuerstatten sind. Dies ist insbesondere für den Fall vorgesehen, dass

- die KommAustria über wesentliche Umstände unrichtig oder unvollständig unterrichtet wurde
- das auferlegte Zessionsverbot nicht eingehalten wurde
- die Förderungsmittel widerrechtlich bezogen wurden
- die unverzügliche Meldung über die Einstellung der Zeitung, die Eröffnung eines Konkursverfahrens über das Vermögen des Förderungswerbers oder die Ablehnung der Eröffnung eines Konkurses mangels kostendeckenden Vermögens unterblieben ist.

7. Die vorliegenden Förderungsrichtlinien dienen der Konkretisierung der im PresseFG 2004 vorgesehenen Bestimmungen.

## **Allgemeine Förderungsvoraussetzungen für Tages- und Wochenzeitungen**

### **1. Zu § 2 Abs.1 Z 1 - Inhaltliche Förderungsvoraussetzungen**

1.1. Förderungswürdige Zeitungen müssen aufgrund des Inhaltes über den Kreis der reinen Fachpresse hinausreichen sowie vorwiegend der politischen, allgemein wirtschaftlichen und kulturellen Information und Meinungsbildung dienen und dürfen weder Kundenzeitschriften noch Presseorgane von Interessensvertretungen sein.

Zur Überprüfung dieser Förderungsvoraussetzung werden - neben der Offenlegung der grundsätzlichen Richtung der periodischen Druckschrift gemäß § 25 Abs.4 des Mediengesetzes 1981 - für Tageszeitungen die innerhalb von zwei Wochen und für Wochenzeitungen die innerhalb eines Monats des Beobachtungszeitraums erschienenen Ausgaben der Zeitung herangezogen.

1.2. Die in § 2 Abs.1 Z 1 PresseFG 2004 verwendete Formulierung „überwiegend aus eigenständig gestalteten Beiträgen“ bedeutet, dass eine Tages- oder Wochenzeitung auch dann förderungswürdig ist, wenn ein Teil der redaktionellen Seiten in Kooperation mit anderen Zeitungen produziert oder von anderen Zeitungen übernommen wird. Der redaktionelle Teil der Zeitung darf allerdings höchstens zur Hälfte aus Beiträgen bestehen, die von einer anderen Zeitung übernommen oder von einer Gemeinschaftsredaktion gestaltet wurden.

Nicht als eigenständig gestaltet zählen Beiträge, die von einer anderen Redaktion zugeliefert werden oder im Rahmen einer Kooperation mehrerer Zeitungen zu einem gemeinsamen Zeitungsteil beitragen.

Der Förderungswerber hat daher in seinem Förderungsansuchen den Anteil der eigen produzierten redaktionellen Seiten, den Anteil der von einer Gemeinschaftsredaktion produzierten redaktionellen Seiten und den Anteil der von einer anderen Zeitung übernommenen redaktionellen Seiten anzugeben. Auf Aufforderung der KommAustria hat der Verleger einer Tageszeitung die innerhalb von zwei von der KommAustria bestimmten

Wochen, der Verleger einer Wochenzeitung die innerhalb eines von der KommAustria bestimmten Monats des Beobachtungszeitraums erschienenen Ausgaben der Zeitung, für die er ein Ansuchen um Förderung eingebracht hat, sowie der mit ihm in redaktioneller Kooperation stehenden Zeitungen für denselben Zeitraum vorzulegen.

**1.3.** Verlegern von Tages- oder Wochenzeitungen, die die inhaltlichen Voraussetzungen des § 2 Abs.1 Z 1 nicht eindeutig erfüllen, kann gemäß § 4 Abs.5 PresseFG 2004 bei einstimmiger Empfehlung der Presseförderungskommission ein niedrigerer als der sich aufgrund der vorgesehenen Berechnung ergebender Förderungsbetrag gewährt werden.

## **2. Zu § 2 Abs.1 Z 2 - Erscheinungshäufigkeit und Erscheinungsweise**

**2.1.** Für Tageszeitungen gilt eine Mindesterscheinungshäufigkeit von 240mal jährlich.

Wochenzeitungen müssen zumindest 41mal jährlich erscheinen. Doppelnummern von Wochenzeitungen müssen als solche erkennbar sein: Sie müssen daher als solche gekennzeichnet sein und einen deutlich stärkeren Umfang als eine normale Nummer aufweisen. Im Falle von Doppelnummern ist die Voraussetzung, dass Wochenzeitungen „**zumindest 41mal jährlich erscheinen**“ müssen, nur dann erfüllt, wenn von insgesamt mindestens 41 Nummern pro Jahr höchstens zwei Doppelnummern sind (dh 37 Einzel- und 2 Doppelnummern).

**2.2.** Die Formulierung „vorwiegend im freien Verkauf oder Abonnementbezug“ bedeutet, dass der Anteil der unentgeltlich verbreiteten Auflage an der verbreiteten Auflage jedenfalls weniger als 50 % betragen muss. Der Anteil der in Pkt. 4.1. beschriebenen verkauften Auflage muss mindestens 50 % betragen.

Die verbreitete Auflage ist die Druckauflage abzüglich der Remittenden, der Archivexemplare und der Reststücke.

Die Exemplare des stummen Verkaufs werden anteilig dem Verkauf zugerechnet. Die Anzahl der zurechenbaren Exemplare ergibt sich aus der Division des im stummen Verkauf erzielten Erlöses durch 30 % des regulären Einzelverkaufspreises.

Zur unentgeltlich verbreiteten Auflage zählen alle Gratisexemplare, auch Beleg- und Tauschexemplare.

## **3. Zu § 2 Abs.1 Z 3**

Die in § 2 Abs.1 Z 2 PresseFG 2004 normierte Mindesterscheinungshäufigkeit für Tages- und Wochenzeitungen von 240mal bzw. 41mal jährlich ist im Lichte des § 2 Abs.1 Z 3 PresseFG 2004 so zu verstehen, dass aus der Erscheinungshäufigkeit seit dem erstmaligen Erscheinen der Zeitung ersichtlich sein muss, dass es sich um eine Tages- bzw. Wochenzeitung handelt. Die tatsächliche Erscheinungshäufigkeit ist daher auf das gesamte Jahr hochzurechnen.

## **4. Zu § 2 Abs.1 Z 4 und Z 5 - Nachprüfbare verkaufte Auflage und hauptberuflich tätige Journalisten**

**4.1.** Als nachprüfbare verkaufte Auflage gilt die Summe des Direktverkaufs (Summe des Einzelverkaufs und der abonnierten Exemplare), des Großverkaufs (inklusive der Großabonnements), der Mitgliederexemplare und des stummen Verkaufs im Sinne der folgenden Definitionen.

## Definitionen:

**Verbreitete Auflage:** Druckauflage abzüglich der Remittenden, der Archivexemplare und der Reststücke.

**Einzelverkauf:** Exemplare, die zum einem Preis von nicht weniger als 30 % des regulären Verkaufspreises an einen Endbezieher verkauft werden.

**Großverkauf:** Summe aller Verkäufe mit mehr als 5 und höchstens 1.500 Exemplaren je Rechnungsempfänger/-zahler, deren Verkaufspreis nicht unter 30 % des regulären Vollabonnementpreises liegt.

**Großabonnements:** Abonnementlieferungen mit mehr als 5 **und höchstens 1.500** Exemplaren je Rechnungsempfänger/-zahler, deren Verkaufserlös nicht unter 30 % des regulären Abonnementpreises liegt. Am Ende der Vertriebskette müssen nachweislich identifizierbare Einzelabnehmer stehen.

**Abonnierte Exemplare:** Exemplare, die zu einem Abonnementpreis von nicht weniger als 30 % des regulären Abonnementpreises verkauft und an feste Einzelbezieher (maximal fünf Exemplare je Rechnungszahler) geliefert werden. Der reguläre Jahres-Abonnementpreis ist im Impressum der Zeitung anzuführen. **Mitgliederexemplare**, bei denen über einen gesonderten Bezugspreis der Nachweis eines individuellen Kaufakts erbracht werden kann und die die anderen Voraussetzungen erfüllen, können den abonnierten Exemplaren zugerechnet werden.

**Mitgliederabonnements:** Exemplare, die zu einem Abonnementpreis von nicht weniger als 30% des regulären Abonnementpreises verkauft werden, bei denen über einen gesonderten Bezugspreis der Nachweis des individuellen Kaufakts erbracht werden kann und von denen **mehr als fünf Exemplare** pro Rechnungsempfänger/-zahler geliefert werden. Am Ende der Vertriebskette müssen nachweislich identifizierbare Einzelabnehmer stehen.

**Stummer Verkauf:** Stummer Verkauf sind die entnommenen Exemplare, die gegen Entgelt abgegeben werden, aber im Selbstbedienungsverfahren entnommen werden. Um im stummen Verkauf ebenso wie bei den anderen Verkäufen einen Mindesterloß von 30 % pro als verkauft zu wertendem Exemplar nachweisen zu können, ist der im stummen Verkauf erzielte Gesamterlös nachzuweisen. Dieser Gesamterlös wird durch 30 % des Einzelverkaufspreises dividiert. Das Ergebnis ist die Anzahl jener Exemplare des stummen Verkaufs, die als tatsächlich verkauft zu wertende Exemplare der nachprüfaren verkauften Auflage zugerechnet werden.

**4.2.** Als „**hauptberuflich tätige Journalisten**“ gelten die Mitarbeiter österreichischer Medienunternehmen, die als angestellte Journalisten tätig sind oder ihre journalistische Tätigkeit ständig und nicht bloß als wirtschaftlich unbedeutende Nebenbeschäftigung ausüben.

In Zweifelsfällen werden folgende Nachweise angefordert:

- a) Sozialversicherungsnachweis
- b) Anstellungsnachweis und der vom Verleger zu erbringende Nachweis, dass der angestellte Journalist im Jahresdurchschnitt monatlich mindestens **€ 1.749,89** (= Tarifgehalt eines Redakteursaspiranten im 1. Dienstjahr **ab 1.6.2006**) bei dieser Zeitung verdient hat
- c) der vom Verleger zu erbringende Nachweis, dass der ständige freie Mitarbeiter im Sinne des Journalistengesetzes und des Gesamtvertrages im Jahresdurchschnitt monatlich mindestens 50 % des Gehalts eines Redakteurs im 1. Dienstjahr (= **€ 1.081,06 ab 1.6.2006**) bei dieser Zeitung verdient hat.

**4.3.** Bei der Beurteilung der Frage, ob der Verkaufspreis einer Tages- oder Wochenzeitung erheblich unter jenem vergleichbarer Tages- bzw. Wochenzeitungen liegt, wird ein Durchschnittswert der Vergleichsgruppe herangezogen. Eine erhebliche Abweichung ist jedenfalls gegeben, wenn der Verkaufspreis weniger als die Hälfte des durchschnittlichen Verkaufspreises beträgt.

**5. Zu § 2 Abs.1 Z 7:** Scheint die Verbreitung und Bedeutung einer Wochenzeitung „**zumindest in einem Bundesland**“ fraglich, so kann die KommAustria ergänzende Unterlagen (z.B. Angaben über den Kreis der Abonnenten und die belieferten Verschleißstellen) anfordern. Bleiben Zweifel an der Verbreitung und Bedeutung in zumindest einem Bundesland bestehen, so kann gemäß § 4 Abs.5 PresseFG 2004 bei einstimmiger Empfehlung der Presseförderungskommission ein niedrigerer als der sich aufgrund der vorgesehenen Berechnung ergebender Förderungsbetrag gewährt werden.

## **6. Zu § 2 Abs. 2 - Volksgruppenzeitungen**

**6.1.** Für Tages- und Wochenzeitungen, die in der Sprache einer Volksgruppe gemäß Art. 8 Abs. 2 B-VG herausgegeben werden, entfallen die Voraussetzungen des § 2 Abs.1 Z 4 bzw. Z 5 PresseFG 2004 (Mindestverkaufsauflage, Mindestanzahl von hauptberuflich tätigen Journalisten, Untergrenze für den Verkaufspreis).

In Österreich bestehen folgende sechs autochthone Volksgruppen: Burgenlandkroatische Volksgruppe, Slowenische Volksgruppe, Ungarische Volksgruppe, Tschechische Volksgruppe, Slowakische Volksgruppe und Volksgruppe der Roma.

**6.2.** Für die Berechnung der Vertriebsförderung gemäß § 6 bzw. § 7 PresseFG 2004 ist auch von diesen Zeitungen die entsprechend den Bestimmungen des § 2 Abs.5 PresseFG 2004 geprüfte Anzahl der im Abonnement verbreiteten Exemplare (inklusive Groß- und Mitgliederabonnements) bekannt zu geben.

## **7. Zu § 2 Abs. 3 bis 5 - Auflagenprüfung**

**7.1.** Um Förderung ansuchende Verleger haben der KommAustria die Auflagenzahlen der jeweiligen Tages- oder Wochenzeitung nach den in diesen Richtlinien festgelegten Kriterien mitzuteilen. Die vorzulegenden Auflagezahlen müssen entweder von der ÖAK veröffentlicht worden oder von einem Wirtschaftstreuhandler, der sonst in keinem Auftragsverhältnis zum Förderungswerber steht, geprüft sein. Werden im Rahmen der ÖAK zusätzliche Auflagezahlen, die nicht veröffentlicht werden, für Zwecke der Presseförderung geprüft, ist der Prüfbericht vorzulegen.

**7.2.** Von den Verlegern von Tageszeitungen fordert die KommAustria nach Bundesländern gegliederte Daten an, soweit diese zur Beurteilung der Förderungswürdigkeit bzw. zur Berechnung der Förderhöhe erforderlich sind.

## **8. Zu § 2 Abs. 6 - Offenlegung der Eigentums- und Beteiligungsverhältnisse**

**8.1.** Die Offenlegung der Eigentums- und Beteiligungsverhältnisse ist zur Berechnung der Förderungsbeträge im Bereich der Vertriebsförderung erforderlich. Sowohl in § 6 Abs.2 PresseFG 2004 als auch in § 7 Abs.2 PresseFG 2004 ist eine Kürzung der Förderungsbeträge bei Vorliegen eines Medienverbundes gemäß § 2 Abs.7 des Privatradiogesetzes (PrR-G), BGBl. I Nr. 20/2001, vorgesehen.



**8.2.** Als Medienverbund gemäß § 2 Abs.7 des Privatradiogesetzes 2001 gelten: zumindest zwei Personen oder Personengesellschaften, darunter jedenfalls ein Medieninhaber, die aufgrund der in § 9 Abs. 4 PrR-G angeführten Beteiligungs- oder Einflussverhältnisse als miteinander verbunden anzusehen sind.

Als mit einem Medieninhaber verbunden gelten Personen oder Personengesellschaften,

1. die bei einem Medieninhaber mehr als 25 vH der Kapitalanteile oder Stimmrechte halten oder einen beherrschenden Einfluss haben oder über eine der in § 244 Abs.2 in Verbindung mit Abs.4 und 5 des Handelsgesetzbuches geregelten Einflussmöglichkeiten verfügen;
2. bei welchen eine der in Z 1 genannten Personen oder Personengesellschaften mehr als 25 vH der Kapitalanteile oder Stimmrechte hält oder einen beherrschenden Einfluss hat oder über eine der in § 244 Abs.2 in Verbindung mit Abs.4 und 5 des Handelsgesetzbuches geregelten Einflussmöglichkeiten verfügt;
3. bei welchen ein Medieninhaber mehr als 25 vH der Kapitalanteile oder Stimmrechte hält oder einen beherrschenden Einfluss hat oder über eine der in § 244 Abs.2 in Verbindung mit Abs. 4 und 5 des Handelsgesetzbuches aufgezählten Einflussmöglichkeiten verfügt.

Für die Zwecke dieses Absatzes ist es einer direkten Kapitalbeteiligung von mehr als 25 vH gleichgestellt, wenn eine oder mehrere mittelbare Beteiligungen bestehen und die Beteiligung auf jeder Stufe mehr als 25 vH erreicht. Beteiligungen von Medieninhabern oder von mit diesen gemäß diesem Absatz verbundenen Personen auf derselben Stufe sind für die Ermittlung der 25 vH Grenze zusammenzurechnen.

**8.3.** Das Ansuchen hat eine Darstellung der Eigentümerverhältnisse nach dem „Ultimate Owner Prinzip“ zu enthalten. Das bedeutet, dass jedenfalls auch die jeweiligen wirtschaftlichen Letzteigentümer anzugeben sind und eine entsprechende Darlegung über die Beteiligungsverhältnisse auf jeder Stufe (Mutter-, Großmuttergesellschaften, etc.) zu erfolgen hat.

**9. Zu § 2 Abs.7:** Diese Bestimmung soll sicherstellen, dass eine Zeitung - aufgrund geringfügiger Änderungen - nicht unter mehreren Titeln um Förderung ansuchen kann. Kopfblätter sind Ausgaben, die durch eigene, meist regionale Bezüge herstellende Titelnköpfe gekennzeichnet sind und auch über eigene regionale Redaktionen verfügen.

Bei der Beurteilung als Kopfblatt oder als wirtschaftlich selbstständige Zeitung ist im Einzelfall das wirtschaftliche und journalistische Naheverhältnis zu der als Stammbblatt in Frage kommenden Tageszeitung zu berücksichtigen. Mutationen sind Ausgaben, die weder als Kopfblatt noch als wirtschaftlich selbstständige Zeitung zu qualifizieren sind.

## **Vertriebsförderung**

Nach den Bestimmungen dieses Abschnitts können Tages- und Wochenzeitungen gefördert werden, die die Allgemeinen Förderungsvoraussetzungen des Abschnitts I erfüllen.

**10. Zu § 7 Abs.1:** Wochenzeitungen erhalten eine Förderung für die ersten 15.000 im Abonnement verbreiteten Exemplare, wobei zu diesen auch Groß- und Mitgliederabonnements zu rechnen sind (vgl. Definitionen unter Punkt 4.1.).

**11. Zu § 7 Abs.2:** Wenn aufgrund der Begrenzung der höchstens in die Berechnung aufzunehmenden Abbonementauflage mit 15.000 Exemplaren und der gleichen Erscheinungshäufigkeit mehr als eine vom selben Medieninhaber verlegte bzw. zum selben Medienverbund gehörende Zeitung den Höchstbetrag erreichen würde, bleibt der Förderungsbetrag jener Zeitung, die tatsächlich die höchste Abbonementauflage aufweist und somit ohne Beschränkung den höchsten Förderungsbetrag erhalten würde, ungekürzt. Jene mit der zweithöchsten Aboauflage wird um 20% gekürzt usw.

Kürzungen gemäß § 4 Abs.5 werden vor der Erstellung der - für das Ausmaß der Kürzung gemäß § 7 Abs.2 maßgeblichen - „Rangreihe“ der Förderungsbeträge innerhalb eines Medienverbundes berücksichtigt. Dasselbe gilt bei mehreren Zeitungen desselben Medieninhabers.

**12. Zu § 7 Abs.3:** Ausschlaggebend für die „Anzahl der jährlichen Nummern“ ist die Erscheinungshäufigkeit der Zeitung im Beobachtungszeitraum.

### **Besondere Förderung zur Erhaltung der regionalen Vielfalt der Tageszeitungen**

Eine Besondere Förderung zur Erhaltung der Medienvielfalt können nur Verleger von Tageszeitungen erhalten, die zusätzlich zu den Allgemeinen Förderungsvoraussetzungen des § 2 die im Abschnitt III festgelegten Förderungsvoraussetzungen erfüllen.

**13. Zu § 8 Abs.1:** Unter Hinweis auf die Richtlinie zu Punkt 9. wird festgehalten, dass eine Zeitung nicht unter mehreren Titeln um Förderung ansuchen kann.

### **14. Zu § 8 Abs.2 - Höchstgrenzen bezüglich verkaufter Auflage und Anzeigenanteil**

**14.1.** Für die Förderung nach diesem Abschnitt ist die Anzahl der Verkaufsexemplare ausschlaggebend. Darunter ist die „gesamte verkaufte Auflage“ zu verstehen. Siehe dazu Pkt. 2.2. bzw. 4.1.

**14.2.** Der jährliche Seitenumfang darf höchstens zur Hälfte aus Anzeigen bestehen. Den klassischen Werbeanzeigen sind anzeigenähnliche Blattbestandteile gleichzuhalten. Als solche sind insbesondere „Sonderbeilagen“ mit überwiegend kommerziellem Charakter und Sonder- und Widmungsseiten gleichzuhalten.

**14.3.** Nur bezahlte, nicht jedoch unentgeltliche Anzeigen schließen die Förderungswürdigkeit im Sinne dieser Bestimmung aus.

#### Entgelt:

Die Art und die Höhe der Gegenleistung, also des Anzeigenpreises, ist dabei ohne Belang. Daraus folgend sind auch Gegengeschäftsanzeigen, PR-Artikel und PR-Einschaltungen, die Teil einer Anzeigenkampagne sind, sowie alle Beiträge, für die ein Entgelt (zum Beispiel Druckkostenbeitrag) bezahlt wurde, sowie Gratiseinschaltungen, die einen Naturalrabatt an einen Kunden darstellen, in das Anzeigenvolumen gemäß § 8 Abs.2 PresseFG 2004 einzurechnen.

#### Umfang:

Anzeigenseiten - das sind Zeitungsseiten, auf denen keine redaktionellen Inhalte erscheinen  
- sind zur Gänze als Anzeigen anzurechnen. Anzeigen, die auf Seiten mit redaktionellen

Beiträgen erscheinen, sind als entsprechender Bruchteil einer ganzen Seite in das Anzeigenvolumen einzurechnen.

Leerräume über, unter und neben Anzeigen auf redaktionellen Seiten werden zur Hälfte als Anzeigenräume betrachtet. Wird dieser Anzeigenraum durch Linien begrenzt, gilt der Raum bis zur Linie als Anzeigenraum.

Wenn für eine regionale Mutationsausgabe Text- und/oder Anzeigenseiten hergestellt werden, sind diese dem Seiten- bzw. Anzeigenumfang hinzuzurechnen.

#### **15. Zu § 8 Abs.4 - Hauptverbreitungsgebiet**

Als regionales Hauptverbreitungsgebiet gilt jenes Bundesland, in dem die meisten Exemplare einer Zeitung verkauft werden. Das Hauptverbreitungsgebiet im Sinne des PresseFG 2004 bezieht sich auf die verkaufte Auflage.

Auch für jene Zeitungen, für die im Rahmen der ÖAK kein Stammbundesland ausgewiesen ist, ist ein Hauptverbreitungsgebiet anzugeben und sind die in diesem Bundesland verkauften Exemplare nachzuweisen.

### **Qualitätsförderung und Zukunftssicherung**

#### **16. Zu § 10 Abs.1 - Ausbildung von Nachwuchsjournalisten**

**16.1.** Einen Zuschuss zu den Kosten der redaktionsinternen Journalistenausbildung können Verleger erhalten, die die Allgemeinen Förderungsvoraussetzungen des Abschnitts I erfüllen.

Der Zuschuss beträgt höchstens ein Drittel der nachgewiesenen Ausbildungskosten. Der Höchstbetrag pro Tages- oder Wochenzeitung beläuft sich auf € 20.000.

**16.2.** Ein derartiger Zuschuss kann einem Verleger für die Ausbildung zum Journalisten im Bereich der Tages- und/oder Wochenzeitungen und - falls die Ausbildungsmodule auch den Online-Bereich inkludieren - im Online-Bereich gewährt werden. Eine reine Onlineausbildung ist nicht mit Zuschüssen zu bedenken.

Ausbildungsmodelle, bei denen für die Ausbildung bezahlt werden muss, werden nicht gefördert.

**16.3.** Als Ausbildungskosten gelten Personalkosten und Sachkosten. Zu den Personalkosten zählen die Kosten von Aspiranten und von Redaktionsmitgliedern, die ganz oder teilweise für die interne Ausbildung zum Journalisten im Print-Bereich und - falls die Ausbildungsmodule auch den Online-Bereich inkludieren - im Online-Bereich abgestellt sind. Diese sind aufzuschlüsseln und nachzuweisen. Vorzulegen sind Nachweise über die monatlichen Bruttolohnkosten und Lohnnebenkosten (Auszug aus den Lohnkonten sowie Belege über die An- und Abmeldung zur Gebietskrankenkasse).

Wird die Ausbildungstätigkeit klar belegt, sind auch Kosten für Ausbildungsredakteure förderungsfähig, die nicht für die Ausbildung von Aspiranten sondern von sonstigen Nachwuchsjournalisten abgestellt sind.

Eine Kostenübernahme durch die Arbeitsmarktverwaltung ist schriftlich und unter Vorlage der jeweiligen Mitteilung der vergebenden Stelle bekannt zu geben.

Im Hinblick auf die Abrechnung von Gebietskrankenkassenvorschreibungen und Zahlungen an das Finanzamt ist eine der geförderten Person zuordenbare, nach Monaten aufgeschlüsselte Berechnungsaufstellung vorzulegen.



**16.4.** Unter Sachkosten fallen insbesondere die Kosten des Arbeitsplatzes. Vorzulegen sind die entsprechenden Unterlagen und Berechnungen sowie eine Aufschlüsselung/Zuordnung dieser Kosten auf/zu die/der einzelne/n Person.

Die dem einzelnen Aspiranten direkt zuordenbaren Sachkosten wie etwa Teilnahmegebühren für Ausbildungsseminare u.ä. werden zur Gänze, die auf Aspiranten und Ausbildungsredakteure entfallenden sonstigen Sachkosten bis zu einem Betrag von höchstens € 4.500,- pro Person und Jahr in die Berechnung aufgenommen.

**16.5.** Die auf die Kosten der förderbaren Leistung entfallende Umsatzsteuer ist keine förderbare Ausgabe; sofern diese Umsatzsteuer aber nachweislich tatsächlich und endgültig vom Förderungsnehmer zu tragen ist, somit für ihn keine Vorsteuerabzugsberechtigung besteht, kann sie als förderbarer Kostenbestandteil berücksichtigt werden. Die – auf welche Weise immer – rückforderbare Umsatzsteuer ist auch dann nicht förderbar, wenn sie der Förderungsnehmer nicht tatsächlich zurück erhält.

**16.6.** Dem Ansuchen sind die Ausbildungskonzepte anzuschließen. Weiters sind die Namen und Lebensläufe der am Ausbildungsprogramm teilnehmenden Aspiranten und die Namen und die Funktion der für Ausbildungszwecke abgestellten Redaktionsmitglieder bekannt zu geben. Anzugeben ist weiters der Anteil der Ausbildungstätigkeit an der Gesamttätigkeit der für Ausbildungszwecke abgestellten Redaktionsmitglieder.

**16.7.** Für jene Journalisten, für die der Verleger um einen Zuschuss ansucht, ist ein Anstellungsnachweis vorzuweisen.

**16.8.** Als Nachweis der journalistischen Produktion werden insbesondere anerkannt:

Namentlich gekennzeichnete Artikel, die in der Zeitung veröffentlicht wurden (Belegexemplare der Zeitungen sind vorzulegen), eine Beschreibung der vom jeweiligen Aspiranten im Beobachtungszeitraum (Vorjahr) durchgeführten Tätigkeiten u.ä.

## **17. Zu § 10 Abs. 2 - Vereinigungen der Journalistenausbildung und -fortbildung**

**17.1.** Diese Bestimmung enthält die Voraussetzungen und Modalitäten der Förderung von Einrichtungen der Journalistenausbildung. Die Verteilung der hierfür vorgesehenen Mittel auf die Vereinigungen wird dahin gehend geregelt, dass 70 % der Mittel für „ausschließlich oder vorwiegend“ mit der Journalistenausbildung befasste Vereinigungen zur Verfügung stehen und 30 % der Mittel für Vereinigungen, die sich auch der Talent- bzw. Nachwuchsförderung verschrieben haben. Klargestellt wird, dass auch die Förderung von Volontariaten möglich ist. In diesem Fall erhält ein bei einem österreichischen Medienunternehmen im Rahmen eines Volontariates tätiger Journalist von einer Vereinigung im Sinne des Abs. 2 Direktzahlungen.

**17.2.** Journalistenausbildungsinstitutionen müssen die Berufsbezogenheit ihrer Aus- und Fortbildungsveranstaltungen nachweisen. Der von ihnen zu übermittelnde Tätigkeitsnachweis hat jedenfalls Titel und Programm der Veranstaltungen sowie die jeweilige Teilnehmerzahl zu enthalten.

**17.3. Zu § 10 Abs.2 Z 1:** Bei der Berechnung der 1.300 Ausbildungstage im Jahr werden wie bisher nur Lehrgänge im herkömmlichen Sinne zu berücksichtigen sein: Die Förderung oder Finanzierung von Volontariaten fällt nicht unter diese Bestimmung. Als Ausbildungstag gilt ein 6-Stunden Tag.

**17.4. Zu § 10 Abs.2 Z 2:** Keine der unter Abs.2 Z 2 geförderten Vereinigungen soll mehr als ein Drittel der für diese Förderung vorgesehenen Gesamtmittel bekommen.

**17.5.** Über die widmungsgemäße Verwendung der Förderungsmittel sind genaue Aufzeichnungen zu führen und innerhalb der ersten drei Monate des auf die Zuteilung der Förderungsmittel folgenden Kalenderjahres der KommAustria zu übermitteln.

**17.6.** Bei der Aufteilung der Förderungsmittel werden Seminare, Volontariate und besondere sonstige Aktivitäten berücksichtigt, die geeignet sind, einen Beitrag zur Erreichung der Ziele des Gesetzes im Sinne des § 1, zur Förderung der Qualität journalistischen Schaffens und zum Weiterbestand des journalistischen Berufsstandes zu leisten.

Die für die Förderung gemäß § 10 Abs.2 Z 2 PresseFG 2004 zur Verfügung stehenden Mittel werden unter Bedachtnahme auf die im Beobachtungsjahr tatsächlich durchgeführten Ausbildungsaktivitäten auf die drei Bereiche „Ausbildungstage in Lehrgängen und Seminaren“, „Volontariate“ und „besondere sonstige Aktivitäten“ aufgeteilt. Maßgeblich für die Berechnung der auf den Bereich „Volontariate“ entfallenden Mittel sind die an die Volontäre geleisteten Zahlungen plus allfällige Dienstgeberanteile und die Zahl der Volontariatstage selbst.

## **18. § 11 Sonstige Förderungen**

### **18.1. Zu § 11 Abs.1 - Förderung des Einsatzes von Auslandskorrespondenten**

**18.1.1.** Verlegern von Tages- oder Wochenzeitungen, die die Voraussetzungen des Abschnitts I erfüllen, kann zu den Kosten von Auslandskorrespondenten, die in einem festen Angestelltenverhältnis zu dieser Tages- oder Wochenzeitung stehen, ein Zuschuss gewährt werden. Dieser Zuschuss darf höchstens 50 % der nachgewiesenen Kosten für diesen Arbeitsplatz betragen und überdies den Betrag von € 40 000 **pro Verleger** nicht übersteigen.

**18.1.2.** Jene Journalisten, für die der Verleger um Förderung ansucht, sind namentlich bekannt zu geben. Ein Anstellungsnachweis ist vorzulegen.

**18.1.3.** Als Kosten von Auslandskorrespondenten gelten Personalkosten und Sachkosten, insbesondere auch Reise- und Aufenthaltskosten.

Die Personalkosten sind aufzuschlüsseln und nachzuweisen. Vorzulegen sind Nachweise über die monatlichen Bruttolohnkosten und Lohnnebenkosten (Auszug aus den Lohnkonten sowie Belege über die An- und Abmeldung zur Gebietskrankenkasse).

Eine Kostenübernahme durch die Arbeitsmarktverwaltung ist schriftlich und unter Vorlage der jeweiligen Mitteilung der vergebenden Stelle bekannt zu geben.

Im Hinblick auf die Abrechnung von Gebietskrankenkassenvorschreibungen und Zahlungen an das Finanzamt ist eine der geförderten Person zuordenbare nach Monaten aufgeschlüsselte Berechnungsaufstellung vorzulegen.

**18.1.4.** Unter Sachkosten fallen insbesondere die Kosten des Arbeitsplatzes und die Reise- und Aufenthaltskosten. Vorzulegen sind die entsprechenden Unterlagen und Berechnungen sowie eine Aufschlüsselung/Zuordnung dieser Kosten auf/zu die/der einzelne/n Person.

**18.1.5.** Die auf die Kosten der förderbaren Leistung entfallende Umsatzsteuer ist keine förderbare Ausgabe; sofern diese Umsatzsteuer aber nachweislich tatsächlich und endgültig vom Förderungsnehmer zu tragen ist, somit für ihn keine Vorsteuerabzugsberechtigung besteht, kann sie als förderbarer Kostenbestandteil berücksichtigt werden. Die - auf welche Weise immer - rückforderbare Umsatzsteuer ist auch dann nicht förderbar, wenn sie der Förderungsnehmer nicht tatsächlich zurückerhält.

## **18.2. Zu § 11 Abs. 2 – Leseförderung**

**18.2.1.** Vereinigungen, deren ausschließliche Aufgabe in der (Schul-) Leseförderung von Tages- und Wochenzeitungen zu sehen ist, können mit einem Zuschuss von höchstens 50 % ihrer Gesamtaufwendungen bedacht werden.

Vorzulegen ist der Nachweis, dass das ausschließliche Ziel des Förderungswerbers die Leseförderung ist (falls es sich um einen Verein handelt, sind jedenfalls die Vereinsstatuten vorzulegen), ein Tätigkeitsnachweis für den Beobachtungszeitraum (Vorjahr) sowie ein Verzeichnis aller in diesem Zeitraum entstandenen Kosten und Erträge. Vorgelegt werden kann eine von einem Steuerberater attestierte Bilanz.

Als Aufwendungen kommen Personal- und Sachkosten in Betracht. Anzugeben und nachzuweisen ist weiters, ob und - wenn dies der Fall war - in welcher Höhe Zuwendungen von Dritten erfolgt sind.

**18.2.2.** Eine Refundierung für die Gratisabgabe an Schulen kann nur für Tages- und Wochenzeitungen erfolgen, die die Förderungsvoraussetzungen des Abschnitts I PresseFG 2004 erfüllen. Bei den förderungswürdigen Gratisexemplaren muss es sich um die jeweils aktuelle Ausgabe handeln.

Bei der Refundierung können sowohl über „ZiS“ bestellte Exemplare als auch Exemplare, die von einer Schule direkt beim Verleger bestellt wurden, berücksichtigt werden. Die Exemplare müssen jedenfalls über Anforderung einer Schule zum Einsatz im Unterricht geliefert worden sein.

Die Förderungswerber (Verleger) haben entsprechende Nachweise vorzulegen wie Verlagsaufzeichnungen, Vertriebsaufzeichnungen, Bestätigungen der Schulen etc.

**18.2.3.** Als Verkaufspreis wird der Einzelverkaufspreis herangezogen. „Sponsorexemplare“ können in die Refundierung des Verkaufspreises mit einbezogen werden. Der vom Sponsor getragene Betrag wird vom regulären Verkaufspreis abgezogen.

## **19. § 11 Abs. 3 - Förderung von Forschungsprojekten**

**19.1.** Gegenstand dieser Förderung ist die Durchführung von pressebezogenen Forschungsprojekten, insbesondere auf dem Gebiet des Zeitungsmarketings. Um ein Forschungsprojekt handelt es sich dann, wenn die Forschung das zentrale Anliegen ist.

Ein Projekt ist förderungswürdig, wenn es geeignet ist, zum Fortschritt auf dem Gebiet des Pressewesens beizutragen.

Als Förderungswerber kommen fachlich ausreichend qualifizierte und erfahrene, natürliche und juristische Personen sowie Personen des Handelsrechts in Betracht. Die fachliche Qualifikation wird anhand der Ausbildung und Berufserfahrung beurteilt. Als Nachweis kann eine Zusammenstellung der bereits durchgeführten Forschungsprojekte dienen.

**19.2.** Die Förderung erfolgt in Form eines finanziellen Zuschusses bis zu höchstens 50 % der Kosten des Projekts. Eine Förderung nach dieser Bestimmung kann nur gewährt werden, wenn die Finanzierung des zu fördernden Projektes (mit Ausnahme der beantragten Förderung) sichergestellt ist, d.h., dass der Förderungswerber mindestens die Hälfte der Projektkosten selbst aufbringt. Diese Voraussetzung ist bei Antragstellung nachzuweisen.

Dem Ansuchen ist daher ein detaillierter Finanzierungsplan inklusive Angaben zur beabsichtigten Verwendung der beantragten Förderungsmittel samt Nachweisen

anzuschließen. Als Nachweise dienen zum Zeitpunkt der Einreichung Absichtserklärungen, (bedingte) Förderzusagen, etc.

Anschaffungskosten werden nicht gefördert, können aber in der Höhe von Leasingkosten für die Dauer des Projekts als Eigenmittel in Anschlag gebracht werden.

Eine Förderung ist grundsätzlich nur zulässig, wenn vor dem Einlangen des Ansuchens mit dem Projekt noch nicht begonnen worden ist. Wenn es durch besondere Umstände, insbesondere aufgrund der Eigenart der Leistung, gerechtfertigt ist, kann eine Förderung auch für ein bereits begonnenes, aber noch laufendes Projekt gewährt werden. In diesem Fall können nur jene Kosten gefördert werden, die nach Einlangen des Förderungsansuchens entstanden sind.

**19.3.** Ansuchen werden als vom Förderungswerber an die KommAustria gerichtete Aufforderungen verstanden, ein Angebot zum Abschluss eines Förderungsvertrages zu stellen. Das Ansuchen hat daher einen detaillierten Projektplan zu enthalten, der jedenfalls eine inhaltliche Umschreibung des Projekts, einen Zeitplan und Angaben zu den am Projekt beteiligten Personen enthält. Dazu sind entsprechende Nachweise vorzulegen. Frühestens die Förderungszusage der KommAustria stellt im privatrechtlichen Sinne ein an den Förderungswerber gerichtetes Angebot zum Abschluss eines Förderungsvertrages dar. Erst wenn diese Förderungszusage angenommen wird, kommt der Förderungsvertrag zustande.

Bei unvollständigen Ansuchen wird der Förderungswerber schriftlich aufgefordert, die fehlenden Unterlagen binnen angemessener Frist nachzureichen. Kommt er diesem Ergänzungsauftrag nicht fristgerecht nach, so wird der unvollständige Antrag bei der Vergabe der Förderungen nicht berücksichtigt.

**19.4.** Über die widmungsgemäße Verwendung der Förderungsmittel sind genaue Aufzeichnungen zu führen und innerhalb der ersten drei Monate des auf die Zuteilung der Förderungsmittel folgenden Kalenderjahres der KommAustria zu übermitteln.

Der zahlenmäßige Nachweis muss eine durch Originalbelege nachweisbare Aufgliederung aller mit der geförderten Leistung zusammenhängenden Einnahmen und Ausgaben umfassen. Hat der Förderungsnehmer für denselben Verwendungszweck auch eigene finanzielle Mittel eingesetzt oder von einem anderen Rechtsträger finanzielle Mittel erhalten, so hat der zahlenmäßige Nachweis auch diese zu umfassen.

Anschaffungskosten werden nicht gefördert, können aber in der Höhe von Leasingkosten für die Dauer des Projekts als Eigenmittel in Anschlag gebracht werden.

Die auf die Kosten der förderbaren Leistung entfallende Umsatzsteuer ist keine förderbare Ausgabe; sofern diese Umsatzsteuer aber nachweislich tatsächlich und endgültig vom Förderungsnehmer zu tragen ist, somit für ihn keine Vorsteuerabzugsberechtigung besteht, kann sie als förderbarer Kostenbestandteil berücksichtigt werden. Die - auf welche Weise immer - rückforderbare Umsatzsteuer ist auch dann nicht förderbar, wenn sie der Förderungsnehmer nicht tatsächlich zurück erhält.

**19.5.** Nach Abschluss des Projekts sind ein schriftlicher Endbericht und eine Kurzfassung vorzulegen. In der Kurzfassung sind die wichtigsten Ergebnisse und deren mögliche Nutzenanwendung darzustellen. Der Förderungswerber stimmt der Veröffentlichung einer Kurzfassung des Endberichts zu.

**19.6.** Sollte das Projekt zu dem gesetzlich vorgesehenen Zeitpunkt der Auszahlung des zweiten Teilbetrages – gemäß § 14 Abs.2 PresseFG 2004 spätestens im November des Jahres – noch nicht abgeschlossen sein, so ist vor der Auszahlung des zweiten Teilbetrages ein Zwischenbericht vorzulegen.

**19.7.** Bei der Veröffentlichung des Forschungsberichtes oder einer für die Publikation überarbeiteten Fassung ist ein Hinweis auf die Unterstützung des Projekts aus Mitteln der Presseförderung aufzunehmen.

## **20. Zu § 11 Abs. 4 - Förderung von Presseklubs**

Diese Presseklubs müssen ein Mindestmaß an Öffentlichkeitskontakten in Form von Pressekonferenzen und/oder Pressegesprächen, die nicht Werbezwecken dienen, nachweisen. Als zahlenmäßiger, jedoch nicht streng auszulegender Richtwert sind 10 derartige Veranstaltungen pro Jahr anzusehen.

Außerdem muss der Presseklub zumindest in einem Bundesland von repräsentativer Bedeutung sein; dies wird unter sinngemäßer Anwendung des § 2 Abs.1 Z 7 PresseFG 2004 beurteilt.

Über die widmungsgemäße Verwendung der Förderungsmittel sind genaue Aufzeichnungen zu führen und innerhalb der ersten drei Monate des auf die Zuteilung der Förderungsmittel folgenden Kalenderjahres der KommAustria zu übermitteln.

Ein Förderungswerber kann höchstens 50 vH der für die Förderung gemäß § 11 Abs.4 vorgesehenen Fördermittel erhalten.

Wien, am . November 2006

**Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)**

Mag. Michael Ogris  
Behördenleiter